



媒体联系人

Summer Shi
史园
Adobe
(86) 10 58657703
sshi@adobe.com

Nikki Jiang
江雨
MSL
(86) 18515979496
nikki.jiang@msslgroup.com

Adobe 被Gartner 评为2019年度数字体验平台魔力象限领导者

Adobe连续两年凭借愿景完整性领跑魔力象限

中国，北京 — 3月7日 — Adobe (Nasdaq:ADBE)近日宣布，公司在Gartner发布的2019年《数字体验平台魔力象限》研究报告中被评为领导者。作为参与评估的17家供应商之一，Adobe连续两年凭借其在愿景完整性方面的突出表现，位列领导者榜首。

根据Gartner的定义，数字体验平台(DXP)指的是“能够支持情境化数字体验合成、管理、交付以及优化的一系列核心技术。被评为领导者的供应商需具备足够的能力去支持不同数字体验平台的使用，并长时间高度一致性地满足客户的各种需求。领导者对产品进行了显著的创新，以满足数字体验平台的需求，并成功销售给不同行业的客户。”

“如今，企业需要加强与客户的一对一沟通和互动，以提供卓越的客户体验来建立持久的品牌忠诚度。” Adobe Experience Cloud副总裁Suresh Vittal表示：“Adobe可以将开放的生态环境、数据、内容、智能服务等强大的功能融合，以实现真正的客户体验管理(CXM)。”

Adobe Experience Cloud是一个集体验创造、营销、广告、分析和商业为一体的端到端解决方案，帮助品牌提供数据驱动的全触点定制体验。Adobe Experience Platform作为整合内容和数据融合的底层跨云平台基础架构，能够帮助品牌整合各种数据以洞悉客户需求，并借助 Adobe 人工智能及机器学习框架——Adobe Sensei基于数据洞察进行商业操作。Adobe Experience Platform中的统一配置文件还能够在确保数据隐私安全的同时，为每一位客户提供大规模个性化的单一视图。因此，Adobe Experience Cloud成为了不少知名品牌的选项，其中不乏来自各行各业的领导者，包括24 Hour Fitness健身、英国电信 (British Telecom)、Foot Locker、美国职业橄榄球大联盟NFL、北欧航空公司(Scandinavian Airlines)、瑞士电信(Swisscom)、T-Mobile等。

* 愿景完整性的评估标准包括对市场的理解、市场策略、销售策略、产品策略、商业模式、行业策略、创新和地区市场策略。供应商执行能力的评估标准包括对产品或服务的评估、整体可行性、销售执行/定价能力、市场反馈/反响、营销执行、客户体验和运营。

来源: Irina Guseva, Gene Phifer, Mike Lowndes & Gavin Tay. Gartner 《数字体验平台魔力象限》研究报告, 2019年2月11日.

Gartner免责声明

Gartner公司不对其研究出版物中描述的任何供应商、产品或服务出具官方证明, 也不建议技术用户只选择评级最高的供应商或其他指定供应商。Gartner的研究出版物包含Gartner研究机构的观点, 不应视为事实陈述。Gartner公司对该项研究不作任何明示或暗示的保证, 包括适销性或适用于某一特定用途的任何保证。

关于Adobe Experience Cloud

Adobe为业界提供内容、营销、广告、分析和商业的端到端解决方案。与具有静态、权威的客户档案的传统企业平台不同, Adobe Experience Cloud跨客户接触点与渠道, 为公司提供一致的、连续的、权威的经验, 同时加速业务增长。分析报告统计显示, Adobe在20多份有关数字体验的报告中排名均位于业界前列。

关于Adobe

Adobe正通过数字体验改变世界。了解更多信息, 请访问<http://www.adobe.com/cn>。关注Adobe官方微信号“AdobeChina”, 以及中国官方微博http://www.weibo.com/adobechina?is_all=1, 获取更多新闻、更新、促销等信息, 并与Adobe中国本地团队进行互动。

###